

**中国拍卖行业协会**

**五届三次常务理事会会议纪要**

中国拍卖行业协会五届三次常务理事会于2017年7月27日上午在吉林省延吉市召开。大会应到91人，实到81人。会议由中国拍卖行业协会副会长黄小坚主持。现将会议内容纪要如下：

**一、听取并审议通过理事会工作报告**

会议首先听取了李卫东秘书长作的《中国拍卖行业协会五届三次常务理事会工作报告》。报告总结了上半年拍卖行业基本情况：2017年上半年行业发展基本稳定。截至6月末，全国31个省（区、市）共有拍卖企业7242家，企业数量比上年同期增长314家。国家注册拍卖师13059人，行业从业人数39654人。行业经营方面，上半年拍卖总成交额3103.19亿元，比去年同期增长67.56%，主营业务收入27.53亿元，同比增长12.12%。

报告总结了上半年协会主要工作。协会秘书处根据去年年底五届三次理事会确定的工作方针，主要做了五方面工作：（一）全面铺开企业等级评估工作；（二）中拍平台市场化改革取得积极进展；（三）政策协调取得积极成果；（四）积极推动行业创新发展；（五）举办重大活动发出行业正能量。

报告还提出了下半年行业重点工作，主要有：（一）继续做好相关政策协调工作；（二）整合资源促进专业化市场发展；（三）加快推进“中拍平台”市场开拓工作；（四）扎实推进企业等级评估工作；（五）组织做好第29期拍卖师考试工作；（六）加大宣传力度，树立行业正面形象；（七）做好五届三次常务理事会议定的其他各项工作。

**二、听取并审议通过成立中国拍卖行业协会拍卖师分会的建议**

为适应国家职业资格管理制度改革的需要，提高拍卖师执业能力，加强拍卖师执业自律，维护拍卖师合法权益，经借鉴国内外专业技术人员协会的经验，秘书处向常务理事会提议成立拍卖师分会。与会常务理事表决通过了这一建议。常务理事们还表决通过了李卫东秘书长关于由黄小坚副会长兼任拍卖师分会会长的提议。

**三、听取并审议通过关于成立中国拍卖行业协会资产拍卖专业委员会的建议**

为适应新形势下资产拍卖业务专业、创新发展的需要，抓住当前不良资产拍卖和公共资源拍卖市场机遇，秘书处向本次常务理事会提交了关于成立中国拍卖行业协会资产拍卖专业委员会的建议。与会常务理事表决通过了这一建议。常务理事们还表决通过了李卫东秘书长关于由祁志峰副会长兼任资产拍卖专业委员会主任的提议。

**四、听取并审议通过关于调整拍卖师资格考试个别科目考试形式的建议**

为适应新国家职业资格管理制度改革形势，促进拍卖行业发展，秘书处向常务理事会建议调整拍卖师考试个别考试科目考试形式，拟将《拍卖实务》科目中“拍卖概论”部分的内容放到有条件的省区进行考试，采取机考形式，以发挥各级拍卖行业协会的作用，扩大拍卖基础知识的普及，增大拍卖从业人员的队伍。与会常务理事表决通过了这一建议。

**五、听取并审议通过关于开展有关年度表彰方案的建议**

为进一步扩大拍卖行业社会影响，激发行业精神，鼓励拍卖行业创新发展，秘书处提议在去年首次设立“企业创新奖”的基础上，设立“中国拍卖行业优秀企业家”、“中国拍卖行业企业创新奖”、“中国拍卖行业省市协会优秀服务奖”等三个表彰奖项，在2017 年年会期间开展表彰。与会常务理事表决通过了这一建议。

**六、听取关于中拍平台网络科技股份有限公司运营情况的报告**

会上，中拍协副会长、中拍平台公司总经理祁志峰同志介绍了中拍平台网络科技有限公司运营情况。上半年，中拍平台市场化改革取得阶段性进展，目前，平台公司新建的网络拍卖系统已基本满足最高院网络拍卖的各项要求。祁志峰副会长还向与会常务理事介绍了“中拍平台+拍卖企业”的核心战略，以及“共商、共建、共享、共赢”的合作思路。

**七、听取并审议通过关于对新会员备案和对部分企业退会处理的建议**

本次理事会审议通过了对206家符合入会条件的新会员备案的建议，批准因停业、注销或经营等原因对118家企业做退会处理。

**八、参会常务理事就相关议题积极展开讨论**

会上共有11位理事就行业发展顶层设计、平台建设、行业持续创新、网络司法拍卖、成立分支机构、拍卖师考试、表彰方案和加强协会组织建设等问题提出了自己的意见和建议。

**七、余平会长做会议总结**

余平会长在会议结束时做了总结讲话。他首先向常务理事们通报，根据当前协会工作和中拍平台股份公司工作的需要，经7月26日会长办公会研究决定，五届理事会副会长黄小坚同志调整为常务副会长并驻会工作。

随后，余平会长根据与会常务理事们的发言，结合近期调研情况提出了拍卖企业应对当前困难的四个“加紧”，即：要加紧提升拍卖行业的社会价值；加紧构建拍卖企业新的资源体系；加紧构建拍卖企业新的服务体系；加紧提升拍卖企业的经营服务能力。他说，有为才有位。拍卖企业要以更为专业的、不可替代的增值服务，积极巩固“存量”资源，大幅拓展“增量”资源。构建服务体系方面，要大力发展以上下游客户延伸需求的供应链服务；以赢得客户资源为中心的产业链服务；以集约属地拍卖企业优势为核心的联合服务；以降低成本、提高附加值为核心的区块链服务；以同一标的物衍生的不同需求的复合型服务；以线上线下不同交易手段相结合的融合服务。余平会长指出，服务决定价值，价值决定资源，资源决定发展。拍卖行业要大胆任用人才，把人才放到合适的岗位，努力建设学习型、思考型、创新型、智慧型企业。只有解放思想、转变观念，增强自信，积极迎接挑战，才能迎来新的发展。

**中国拍卖行业协会**

**五届三次常务理事会工作报告**

各位常务理事：

2017年已经过半，现将半年来拍卖行业发展情况、秘书处主要工作及下半年工作思路和重点工作报告如下，请予审议。

**一、上半年行业基本情况**

2017年1-6月，全国拍卖行业发展总体稳定。截至6月底，全国31个省（区、市）共有拍卖企业7242家，企业数量较去年同期增加314家。国家注册拍卖师13059人，行业从业人数39654人。

行业经营方面，在经济发展稳中求进、产业结构深度调整、企业转型升级、需求继续改善的宏观背景下，拍卖行业成交稳中有升。据中国拍卖行业协会不完全统计，1-6月拍卖行业成交额3103.19亿元，同比增幅67.56%；累计拍卖成交场次27065场，比去年同期增长7.07%；行业效益方面，主营业务收入累计27.53亿元，同比增长12.12%，呈现稳步上升的趋势。

从具体业务情况看，主要标的成交结构稳定，一些业务增长势头明显。其中，1-6月份房地产、土地使用权拍卖业务延续2016年以来的回暖态势，分别成交743.8亿元和1325.18亿元，同比上年分别增长21.97%和78.94%；机动车拍卖业务在公务车改革渐入尾声后成交额小幅下降，成交54.67亿元，同比下降3.73%；农副产品拍卖业务成交13.04亿元，同比下降19.94%；无形资产拍卖和股权、债权类拍卖业务表现抢眼。受上半年浙江、北京等地大型知识产权拍卖活动的带动，无形资产拍卖业务成交122.33亿元，同比增长21.8%；受银行不良资产处置节奏加快影响，股权、债权拍卖业务成交额550.88亿元，同比增长261.62%。预计随着供给侧结构性改革和产业结构的调整，此类业务还将稳定增长并延续去年以来的增势。此外，受主要拍卖行春拍时间推迟等因素的影响，文物艺术品拍卖业务1-6月份成交69.88亿元，比上年同期下降13.31%，预计2017年春拍业绩与2016年基本持平或略有增长。

此外，根据中拍网络平台数据统计，2017年1-6月，平台上的网络拍卖业务量有显著增长。拍卖场次、成交额分别较2016年同期增长101.24%和260.28%；上拍标的2.37万件，增长44%。其中，网络司法拍卖表现尤为突出。1-6月，23个省、区、市共在中拍协网络拍卖平台上组织3193场网络司法拍卖会，较2016年同期增长171.28%，占平台总场次的59.85%。山东、安徽、江西、黑龙江、四川、广东、河北、甘肃、辽宁、宁夏、陕西、内蒙古等省、区、市的网络司法拍卖活动尤为活跃。

总体来看，今年以来，全国拍卖行业坚持“开放、合作、包容、共赢”的行业发展理念，在我国经济结构调整、产业结构升级、供给侧结构性改革不断深入的宏观经济背景下，转变观念、发现机遇，为行业发展注入了新的动力。

**二、上半年秘书处主要工作情况**

今年以来，协会秘书处根据去年年底五届三次理事会确定的工作方针，主要做了以下几个方面的工作：

**（一）企业等级评估工作全面铺开**

拍卖企业等级评估工作是协会今年的一项重要工作，也是全行业普遍关注、关心的一项重要工作。为做好此项工作，上半年协会成立了评估委员会、评估工作办公室，制定了一系列规范、评估工作办法，研发启用了新的网络申报评估系统，配合省市协会举办了13次培训班，培训参评企业1500余人次；在全国遴选了30家第三方会计师事务所承担评估资料审核及现场核查工作，有64名审核员通过培训获得高级和初级审核员资格，为即将开展的评估工作奠定了基础。截至目前，有2100家企业完成系统内申报，其中1903家企业通过初审、复核，197家企业因不符合参评条件不再予以评估。

**（二）中拍平台市场化改革取得积极进展**

“中拍平台”是拍卖企业进入网络司法拍卖、迎接新技术挑战的重要接口。去年以来，经五届二次理事会通过，“中拍平台”市场化、公司化改制得到了行业资本和社会资本的积极响应。进入2017年，在平台改制工作领导小组的推动下，协会先后完成了资产评估、工商核名、公司注册等工作，并于4月12日在京召开中拍平台网络科技股份有限公司创立大会暨第一次股东大会，根据《公司法》的规定，选举产生了股份公司第一届董事会、监事会。通过了涉及公司治理和发展方向的一系列重要议案。至此，中拍平台市场化改革取得阶段性进展。目前，平台公司已基本满足了最高院关于网络拍卖要求的各项条件，同时正加紧研发适合拍卖企业所需的其它委托拍卖业务模块，完善技术和服务功能。中拍平台已经明确，以为拍卖行业服务为宗旨，以整合行业资源、发挥行业整体优势，吸引争取更多社会拍卖资源为抓手，促进行业企业转型升级和经济社会效益的提升。

**（三）政策协调成果为行业创造良好发展环境**

去年11月五届三次理事会后，中拍协继续加强对拍卖行业普遍关心的重点、难点问题的政策调研和协调工作，推动政府部门有关拍卖政策环境的改善并取得积极进展。

一是司法网络拍卖政策方面，上半年陆续走访了北京、天津、广东、湖南、湖北、重庆、四川、江苏等高院，就网络司法拍卖与拍卖企业提供线下专业服务问题积极协调。通过走访，表达了拍卖行业的诉求和愿望，介绍了拍卖企业的市场资源优势、市场招商优势、服务的专业优势，争取法院的了解、理解和支持。法院充分肯定拍卖企业为司法委托拍卖做出积极贡献的同时，明确表示：司法拍卖并不排斥拍卖企业，适合网络拍卖的网络拍卖，适合委托拍卖的委托拍卖；网络拍卖也需要拍卖企业提供线下专业服务。关键是拍卖企业自身要转变观念，提高服务能力，适应新的市场环境。

二是推动商务部、工商总局拍卖相关政策文件出台。经过前期反复推动，今年2月，商务部流通业发展司正式发布《关于规范和促进拍卖行业发展的意见》，明确提出要进一步完善法律法规，创造良好环境，促进拍卖行业的转型升级；同期，国家工商总局办公厅发布《关于做好2017年市场规范管理和合同行政监管有关工作的意见》，明确要求要依法加强对违法拍卖活动的打击力度，认真研究拍卖行业存在的具体问题，促进拍卖市场的规范健康发展。

三是文物艺术品相关政策取得突破。经过持续协调，2016年12月国务院发文第二次下调部分艺术品进口关税税率，并将2012年-2016年降税后6%的税率继续下调到3%（规定税率为12%）。同期，国务院办公厅正式印发《关于有序停止商业性加工销售象牙及制品活动的通知（国办发〔2016〕103号）》，在明确将逐步停止商业性加工销售象牙及制品活动，禁止在市场摆卖或通过网络等渠道交易象牙及制品的同时，对来源合法、经专业鉴定机构确认的“象牙文物”，依法定程序获得行政许可后，允许在严格监管下进行拍卖。这是自2013年中拍协与国家林业局、国家文物局共同商定以“一事一报”方式开展象牙文物拍卖活动后，由国务院层面再次明确“象牙文物”拍卖的合法性。

四是拍卖行业两会代表委员工作机制取得积极成效。今年全国两会期间，代表委员提出“落实‘国八条’，解除二手车限迁”、“调整文物艺术品进境税率，促进文物回流” 等提案，并通过内参持续推动，得到有关部门的重视。两会以后，商务部、公安部、环保部三部委联合发文督办落实“国八条”，截至目前，各省市的二手车“限迁”政策正在逐渐取消，为机动车拍卖业务发展提供了有利市场环境。

五是积极协调其他拍卖相关的重要政策。关于拍卖师执业资格制度问题，从2014年开始至今年5月份，国务院共进行了七批国家职业资格证书清理工作，取消了434项职业资格证书，占全部职业资格证书的三分之二以上，清理力度之大前所未有。关于拍卖师是否保留问题，商务部个别司局对商务部是否为主管单位提出异议。中拍协得到消息后，认为此事非常重大，立即约见商务部领导，当面向分管副部长房部长及流通业发展司、人事司领导汇报，同时起草书面报告报送商务部和人社部。经中拍协艰苦努力，商务部在给人社部复函中同意保留拍卖师资格，人社部也同意保留并上报国务院。此外，协会还向国家工商总局提交《关于整肃非法拍卖活动的建议》，力争为拍卖市场营造有序环境。

**（四）积极推动行业创新发展**

针对拍卖行业和企业面临的困难，协会推出多项举措，推动行业企业创新发展。

一是调整推进农产品拍卖工作思路。经过广泛深入调研，秘书处在推进农产品拍卖工作思路上由以前重点是拍卖企业转向政策推动、农产品批发商供应商、金融支撑、物流支撑、拍卖服务“五位一体”的工作思路，为此专门向国家发改委、商务部报送了推进农产品拍卖的政策建议；在全国范围内陆续推出农产品拍卖7家试点企业，1家示范企业。

二是根据近两年来银行不良资产总量增长、处置进度加快的情况，协会及时与清华大学、中国政法大学的不良资产研究机构、中拍平台以及银行业协会加强沟通，于6月份举办不良资产论坛活动，努力推进不良资产拍卖业务的创新发展，初步形成了以资产拍卖企业为核心，业内外共同参与的氛围。此次常务理事会上，根据企业的要求，秘书处还提交了关于成立资产拍卖专业委员会的报告，请常务理事们审议。

三是为企业提高创新经营能力服务。上半年，协会秘书处针对拍卖行业发展中创新能力不足、观念陈旧等问题，围绕去年行业年会提出的“创新思维、创造市场、创造客户、创新发展”的“四创”理念，通过教育培训、标准指引等手段，推动企业提升创新能力、创新发展。先后推出了拍卖营销认证课程、不良资产高级研修、网络拍卖、农产品拍卖等培训课程，受到了企业的欢迎。

**（五）重大活动发出行业正能量**

在当前经济和行业发展面临挑战的背景之下，上半年来协会举办了一系列活动，充分弘扬行业正能量，扩大行业宣传和社会影响。

一是举办公益活动树立行业形象。6月12日，协会联合中国听力医学发展基金会在京举办“落槌有爱”联合行动首场慈善拍卖活动，共为听障儿童筹集善款和捐赠专用物资器材折款共计645.8万元。此次活动也是慈善和拍卖行业首次跨界联合，集合了包括中国嘉德、北京保利、北京匡时、中拍在线等知名拍卖企业和 20余家全国性行业协会支持，受到了社会的广泛关注和高度评价。在拍卖基金使用方面，今年以来，协会后组织了“快乐拍卖”农民工打工子弟首都文化之旅、为拍二代小若然义拍等公益活动、向贵州省织金县银山小学捐赠20万元用于希望食堂建设，激发了行业正能量，扩大了行业的社会影响。

二是举办艺委会年会及论坛活动。今年4月，中拍协艺委会在南京召开2017中国文物艺术品拍卖市场年度峰会，广邀社会各界和重要收藏企业代表参与关于“企业收藏与拍卖市场”的讨论，峰会同期还举办了2017文化产业交流会，共同交流企业收藏的理念、体系、模式和视野，探寻企业收藏与拍卖市场之间的良性互动和业态共建，加强了拍卖业内外的互动，扩大了艺术品拍卖领域的社会影响。

三是组织各类媒体发布活动，及时宣传行业改革发展情况。今年以来，协会先后组织了联合商务部流通业发展司发布2016年拍卖业年度报告，联合北京商报发布2016艺术品拍卖市场述评等新闻发布和论坛活动，并积极通过为新华社、经济日报、农民日报等撰文、接受中央人民广播电台、北京电视台等媒体采访，系统介绍行业发展形势，回答网络拍卖、机动车、农产品、艺术品拍卖等方面的社会和媒体关切，对外传递了行业发展正能量。

此外，今年以来，协会其他服务工作也持续推进。职业教育持续扩展深度广度，上半年先后举办专项论坛、培训八次，参与学员近2000人次；拍卖师管理和服务创新工作方式，理顺拍卖师调转微信支付等功能，受到了拍卖师的欢迎；会员服务也有所加强。根据新的会员“随时入会事后理事会备案”的工作流程，新发展会员206家，增强了协会与企业的联系。此外，也在国资委、中国物流与采购联合会党委的指导下，协会秘书处加强了党建工作及秘书处制度建设，认真提高自身服务行业工作的能力和水平。

**三、下半年秘书处工作重点**

2017年，是我国经济结构调整和产业结构调整深度推进的关键之年，也是拍卖行业适应经济发展新常态、转型升级、攻坚克难的关键之年。立足发挥拍卖行业在我国流通经济发展中的地位和作用，秘书处将继续根据去年底五届三次理事会上确定的反映行业诉求、创新服务品牌、加强理念引领等基本工作思路，重点做好以下工作：

**第一，继续做好相关政策协调工作。**政策环境始终是拍卖行业能否进一步发展的关键，越是困难的时候其作用就越大，因此，持续做好拍卖业的政策协调工作始终是协会秘书处的一项主要工作。近期内的主要工作包括：一是努力协调商务部、工商总局等部委抓住典型案例，加大对非法拍卖活动整治力度；二是根据国务院关于允许来源合法、经专业鉴定机构确定的象牙文物依法拍卖的文件精神，协调国家林业局、国家文物局，推动文物艺术品拍卖市场的象牙拍卖政策落地；三是协调财政部、商务部，努力推进文物进口环节增值税问题的解决；四是继续协调发改委、农业部、商务部，争取对农产品拍卖的支持政策。

**第二，整合相关资源，促进专业化市场发展。**资产拍卖方面，将充分吸收上下游资源，积极推进资产拍卖专业委员会的运作，为开发不良资产市场的拍卖资源创造条件；艺术品拍卖方面，将围绕8月份在上海与文化部中外文化交流中心合作举办国际论坛，力促文物艺术品拍卖市场的国际化、规范化、市场化、专业化、标准化；机动车拍卖方面，在各地深入开展公车拍卖积累经验的基础上，努力构建良好的机动车流通生态，加速二手车拍卖市场的专业化发展；农产品拍卖方面，继续积极争取相关部门政策支持，树立典型，拓展农产品拍卖市场。

**第三，加快推进“中拍平台”市场开拓工作。**中拍协顺应技术驱动产业变革、行业转型升级大趋势，推动“中拍平台”市场化改造的根本目的，就是为全国拍卖行业、企业服务，搭建一个能够满足行业企业开展业务的现代化交易平台。现在，平台已经基本搭建起来了，核心就是要让企业上线经营。同时为了提高网络拍卖成交率，必须推动线上线下的融合发展，也就是网络拍卖的拍前拍后供应链服务。要实现这一目标，需要省市协会的积极配合，加快组建以省市协会牵头的线下服务中心，争取两年内在全国范围内组建20个线下服务中心，实现三个目标：一是整合行业资源，发挥行业整体优势；二是争取社会资源，在保持“存量”基础上扩大“增量”；三是促进全行业转型升级。

**第四，扎实推进企业等级评估工作。**在评估委员会的领导下，在前期完成申报、初审的基础上，评估办后续要完成以下几项工作：（一）充分发挥30家第三方专业评审机构的作用，对部分企业展开现场核查；（二）同时启动评估督导机制，对现场核查开展平行监督检查；（三）适时组织召开评估委工作会议，对初评结果和现场核查结果进行审定。

**第五，组织做好第29期拍卖师考试工作。**2017年，共计1407人报名参加考试，1270人通过了资格审核，截至目前，约有1000人完成了考试缴费。下半年，协会秘书处将重点做好与人社部的沟通协调，精心命题、严密组织，按计划做好10月和11月份的第29期拍卖师职业资格考试笔试和面试的相关工作。

**第六，加大宣传力度，树立行业正面形象。**下半年，围绕年会做好宣传工作，规范、公开、透明做好年会期间有关奖项的评选；二是继续做好文物艺术品拍卖领域最高奖“青花奖”的评选，利用《中国拍卖》增刊加大对青花奖获奖企业的宣传；三是继续加强行业宣传队伍的建设，加强与有关媒体的互动，进一步构建密切联系机制。

**第七，扎实做好本次会议议定的有关工作。**一是做好拍卖师考试方式调整工作；二是积极筹备拍卖师分会组建工作；三是积极筹备资产拍卖专业委员会的组建工作；四是做好第二届拍卖行业企业年会的筹备工作。

各位常务理事：2017年已经过半，协会秘书处将继续围绕理事会、常务理事会上的决议精神，紧密联系拍卖行业发展的实际和企业发展的需要，解放思想，扎实工作，争取2017年的工作取得新的进步。

以上报告，请予审议。

谢谢大家!

****

**重磅突发！三部委联合发文，**

**经公证的各类债权文书被赋予强制执行效力，**

**不良债权处置效率提升，成本下降**

最高人民法院 司法部 中国银监会

关于充分发挥公证书的强制执行效力

服务银行金融债权风险防控的通知

（司发通〔2017〕76号）

各省、自治区、直辖市高级人民法院、司法厅（局），解放军军事法院，新疆维吾尔自治区高级人民法院生产建设兵团分院、新疆生产建设兵团司法局；各银监局，各政策性银行、大型银行、股份制银行，邮储银行，外资银行，金融资产管理公司，其他有关金融机构：

为进一步加强金融风险防控，充分发挥公证作为预防性法律制度的作用，提高银行业金融机构金融债权实现效率，降低金融债权实现成本，有效提高银行业金融机构防控风险的水平，现就在银行业金融机构经营业务中进一步发挥公证书的强制执行效力，服务银行金融债权风险防控通知如下：

一、公证机构可以对银行业金融机构运营中所签署的符合 《公证法》第37条规定的以下债权文书赋予强制执行效力：

(一）各类融资合同，包括各类授信合同，借款合同、委托贷款合同、信托贷款合同等各类贷款合同，票据承兑协议等各类票据融资合同，融资租赁合同，保理合同，开立信用证合同，信用卡融资合同（包括信用卡合约及各类分期付款合同）等；

(二）债务重组合同、还款合同、还款承诺等；

(三）各类担保合同、保函；

(四）符合本通知第二条规定条件的其他债权文书。

二、公证机构对银行业金融机构运营中所签署的合同赋予强制执行效力应当具备以下条件：

(一）债权文书具有给付货币、物品、有价证券的内容；

(二）债权债务关系明确，债权人和债务人对债权文书有关给付内容无疑义；

(三）债权文书中载明债务人不履行义务或不完全履行义务 时，债务人愿意接受依法强制执行的承诺。该项承诺也可以通过承诺书或者补充协议等方式在债权文书的附件中载明。

三、银行业金融机构申办强制执行公证，应当协助公证机构完成对当事人身份证明、财产权利证明等与公证事项有关材料的收集、核实工作；根据公证机构的要求通过修改合同、签订补充 协议或者由当事人签署承诺书等方式将债务人、担保人愿意接受强制执行的承诺、出具执行证书前的核实方式、公证费和实现债权的其他费用的承担等内容载入公证的债权文书中。

四、公证机构在办理赋予各类债权文书强制执行效力的公证 业务中应当严格遵守法律、法规规定的程序，切实做好当事人身份、担保物权属、当事人内部授权程序、合同条款及当事人意思表示等审核工作，确认当事人的签约行为的合法效力，告知当事人申请赋予债权文书强制执行效力的法律后果，提高合同主体的履约意识，预防和降低金融机构的操作风险。

五、银行业金融机构申请公证机构出具执行证书应当在《中 华人民共和国民事诉讼法》第二百三十九条所规定的执行期间内 提出申请，并应当向公证机构提交经公证的具有强制执行效力的债权文书、申请书、合同项下往来资金结算的明细表以及其他与债务履行相关的证据，并承诺所申请强制执行的债权金额或者相关计算公式准确无误。

六、公证机构受理银行业金融机构提出出具执行证书的申请后，应当按照法律法规规定的程序以及合同约定的核实方式进行核实，确保执行证书载明的债权债务明确无误，尽力减少执行争议的发生。

公证机构对符合条件的申请，应当在受理后十五个工作曰内出具执行证书，需要补充材料、核实相关情况所需的时间不计算在期限内。

七、执行证书应当载明被执行人、执行标的、申请执行的期限。因债务人不履行或不完全履行而发生的违约金、利息、滞纳金等，以及按照债权文书的约定由债务人承担的公证费等实现债权的费用，有明确数额或计算方法的，可以根据银行业金融机构 的申请依法列入执行标的。

八、人民法院支持公证机构对银行业金融机构的各类债权文书依法赋予强制执行效力，加大对公证债权文书的执行力度，银行业金融机构提交强制执行申请书、赋予债权文书强制执行效力公证书及执行证书申请执行公证债权文书符合法律规定条件的， 人民法院应当受理，切实保障银行业金融机构快速实现金融债权，防范金融风险。

九、被执行人提出执行异议的银行业金融机构执行案件，人民法院经审查认为相关公证债权文书确有错误的，裁定不予执 行。个别事项执行标的不明确，但不影响其他事项执行的，人民 法院应对其他事项予以执行。

十、各省（区、市）司法行政部门要会同价格主管部门合理 确定银行业金融债权文书强制执行公证的收费标准。公证机构和银行业金融机构协商一致的，可以在办理债权文书公证时收取部分费用，出具执行证书时收齐其佘费用。

十一、银行业监督管理机构批准设立的其他金融机构，以及 经国务院银行业监督管理机构公布的地方资产管理公司，参照本通知执行。

最高人民法院

司法部

中国银监会

2017年7月13日

**实用！营改增最新税率表来啦！**

**今天起，将有这些新变化**



**拍卖公告中税费转嫁**

**承担条款的合法性与操作性之张力**

2017年6月3日-4日，第八届中国破产法论坛暨《企业破产法》实施十周年纪念研讨会在北京召开，来自全国各地各系统的800余位专家学者与会研讨，笔者做了题为“拍卖公告中税费转嫁承担条款的合法性与操作性之张力”的发言，现整理如下与诸位师友探讨。

我们知道，在司法拍卖中，尤其是不动产拍卖中涉及的税费问题，一直是一个焦点。拍卖公告上一般会注明，产权过户过程中涉及的所有/一切税费，均由买受方承担。顾名思义，所有/一切税费，当然包括按照税法规定本应由出卖人承担的税费。这种条款，我们称之为税费转嫁承担条款。从税法规定和征管实践来看，我可以很负责任地告诉大家，这样的做法是很不负责任的。

我的观点可以概括为三句话：第一，从民事法律视角来看，这样的规定或者说约定，是合法的；第二，从税收征管视角看，这种做法会产生一系列争议，在操作性方面是存在很大障碍的；第三，司法实践中已经出现不少案例，法院对于这个问题的审查态度还不够坚决、不够有底气。总之，建议对这种不负责任的做法予以矫正，在拍卖公告中取消税费转嫁承担条款，强调按照税法规定的纳税义务承担相应税费。

**一、拍卖公告中税费转嫁承担条款的合法性**

有观点认为，税费转嫁承担条款违反了法律的强制性规定，应该当然无效。理由主要有两个：第一，根据税收法定原则和规则，纳税义务人身份法定，不能因拍卖公告的载明条款而发生变化；第二，《国家税务总局关于人民法院强制执行被执行人财产有关税收问题的复函》（国税函〔2005〕869号）要求，对拍卖财产的全部收入，纳税人均应依法申报缴纳税款，人民法院应当协助税务机关依法优先从拍卖收入中征收税款。

对于第一个理由，我认为它混淆了行政法律关系和民事法律关系，或者说混淆了公债和私债的差别。税费转嫁承担条款，只是关于税费实际承受人的规定，它约束的是作为民事法律关系的买卖双方主体，并没有改变作为税收行政法律关系一方主体的纳税义务人的身份。税费具有金钱给付特征，并不具有人身专属特性。因此，尽管纳税义务人的法定身份不能基于约定而改变，但对于税费的实际承担者之约定，属于意思自治范畴，国家不应干涉。根据拍卖法及其实施细则，拍卖公告中应当载明参与竞买应当办理的手续以及需要公告的其他事项。因此，在拍卖公告中，只要载明了税费转嫁承担条款，竞买人一旦参与竞拍，就可以推定其同意该条款，理应依照约定承担相应税费。（注：有嘉宾点评提出，如果只是笼统有这么一个简单的条款，买受人无法预估和计算自己到底应代对方承担多少税费，拍卖公告应当清晰列明标的资产的拍卖需要承担哪些税费、应适用何种税率等关键涉税要素，便于让竞买人当场计算。）

对于第二个理由，我认为税费转嫁承担也不违反国税函〔2005〕869号文件的精神。即便是由买受人承担出卖人按照税法规定应承担的税费，纳税义务人还是出卖人，申报纳税依然以出卖人的名义，完税凭证上的纳税义务人依然填写出卖人。至于“人民法院应当协助税务机关依法优先从拍卖收入中征收税款”，是为了确保税款依法及时入库，至于实际上由谁来承担，并非关键。如果买受人愿意代为承担，税务机关没有理由拒绝。即便是人民法院依法优先从拍卖收入中预留并申报缴纳了税款，事后依然可以按照拍卖公告的规定继续向买受人主张。

因此，税费转嫁承担条款在民事法律上是合法有效的。在既有案例中，关于税费转嫁承担条款的合法性，基本都能得到法院认可。典型案例包括：最高人民法院审理的山西嘉和泰房地产开发有限公司与太原重型机械(集团)有限公司土地使用权转让合同纠纷案【本案收录于《中华人民共和国最高人民法院公报》2008年第3期，案号：（2007）民一终字第62号】，以及绍兴法院审理的浙江艾尔派克包装材料有限公司与绍兴厚德包装材料有限公司对外追收债权纠纷案【案号：（2015）绍越袍商初字第189号】，等等。

**二、拍卖公告中税费转嫁承担条款的可操作性**

尽管税费转嫁条款的合法性方面没有问题，但终究要落实到实践中去，作为实操人员不能纸上谈兵。税费转嫁条款在税收征管中会遭遇一系列无法回避的难题：第一，交易价格是否以及如何由“不含税价”还原为“含税价”？第二，如果不能还原，买受人代为承担的税费能否在税前扣除？第三，全面营改增后，如何处理进项税抵扣利益的归属？第四，若买受人反悔，税务机关应向谁以及按什么计税依据追缴税款？

（一）交易价格是否以及如何由“不含税价”还原为“含税价”？

在所得税方面，存在着零星的还原规定。在个人所得税法上，根据《国家税务总局关于雇主为其雇员负担个人所得税税款计征问题的通知》（国税发〔1996〕199号）规定，对于雇主全额为其雇员负担税款的，将雇员取得的不含税收入换算成应纳税所得额后，计算企业应代为缴纳的个人所得税税款。在企业所得税法上，根据《非居民企业所得税源泉扣缴管理暂行办法》（国税发〔2009〕3号）规定，凡合同中约定由扣缴义务人负担应纳税款的，应将非居民企业取得的不含税所得换算为含税所得后计算征税。

在司法拍卖中，若买受人代为承担税费，交易价格是否需要还原为“含税价”？如何还原为“含税价”？前者是一个价值问题，后者是一个技术问题。从价值层面来说，代为承担的税费，是否属于“全部价款和价外费用”的范围？抛开这个问题不去深究，单从技术层面来说，想要还原基本做不到。第一，缺少还原的法律依据和计算公式；第二，涉及的税种比较复杂，包括增值税、所得税、印花税、土地增值税，等等；第三，容易进入循环困境，尤其对于土地增值税这样实行超率累进税率的税种，还原前后可能连增值率和适用税率都发生了变化。总之，代为承担税费的情况下，应该无法还原所谓的“含税价”。（注：有嘉宾点评时半开玩笑地指出，想要还原也是可能的，只不过需要一位数学博士设计出一套复杂的计算系统。）

（二）买受人代为承担的税费能否在税前扣除？

在国税发〔1996〕199号及国税发〔2009〕3号两个文件规定的可以还原为“含税价”的情形中，因价格的还原和调整，形成了新的符合税法要求的计税依据和支出金额，因此可以税前扣除。但是，在司法拍卖中，代为承担的税费一般不认可税前扣除。原因如下：

第一，从实体上看，根据企业所得税法规定，与取得收入无关的其他支出，在计算应纳税所得额时不得扣除。买受人代为承担的这部分税费，本应由出卖人承担，属于与其取得收入无关的其他支出，且该部分金额为未完税金额，因此不得税前扣除。

第二，从形式上看，税前扣除需要有合法合规的凭证。因买受人承担相关税费并没有改变纳税义务人身份，在税务机关开具的完税凭证上，纳税人仍是出卖人，因此该凭证难以作为买受人的合法凭证。

（三）如何处理进项税抵扣利益归属？

全面营改增之后，司法拍卖面临的一个新的难题是：增值税是价外税，一般计税方法采用进销项抵扣法计算缴纳，竞拍时，竞买人如果不知道资产所有人的进项税额情况，无法预计自己将承担多少税费。即便是知道留抵税额情况，但如果不同资产的竞买人不同、竞拍时间不同，这种进项税额的留抵利益归属问题，也难以确定。此外，增值税转嫁金额如何确定？是应纳税额还是销项税额？这个问题直接体现为增值税发票的开具难题。在税法上，根据增值税原理，成交价格默认为含税价格，发票开具时，价税自动分离。如果在成交价格之外，还存在额外的税款，那么，价税合计就不再是成交价格，使得交易行为处于不稳定状态。

（四）若买受人反悔，税务机关向谁以及如何追缴税款？

尽管拍卖公告中规定税费转嫁承担条款已经成为惯例，竞买人多数情况下即事先知晓，但反悔情况也时有发生。根据既有案例，原因大概包括：第一，超出预期。比如，土地增值税实行超率累进税率，如果一宗土地取得时间较为久远，现在拍卖时产生的土地增值税可能超出竞买人的预期。第二，为了名分。有的竞买人事后提起复议和诉讼，原因在于代为承担了税款，完税凭证却是别人的名字。

确切地说，买受人反悔情况下的税款追缴对象并不成为问题，即当然应该按照税法确定的纳税义务向纳税义务人追缴。问题是，拍卖公告已经将税款缴纳义务甩给了买受人，人民法院还会不会按照国税函〔2005〕869号的要求从拍卖收入中优先预留税款？如果不预留，导致税款难以追缴，因为拍卖款向债权人分配之后，基本不会有结余，且税务机关无法直接向非纳税义务人的买受人作出追缴行为。

**三、拍卖公告中税费转嫁承担条款争议的典型案例**

在司法实践中，基于税费转嫁承担条款带来的争议，法院的态度既不统一，也不容易探寻。下面举两个案例加以说明。

案例一：刘雷诉乐清市政府、刘雷诉乐清市地税局案

【注：这其实是两起案情关联的诉讼，案号分别为（2014）浙行终字第252号、（2015）浙温行终字第426号】现将案情简要提炼如下。

刘雷在淘宝网司法拍卖平台上竞得被执行人邹松有的一套房产，并与法院签订了《拍卖成交确认书》，确认一切税费均由买受人自行承担。之后，原告代为缴纳个税和营业税时发现税收缴款书上载明纳税人均为第三人邹松有。刘雷不服，向乐清市人民政府申请行政复议，请求撤销地税局作出的税收缴款书，退还原告缴纳的涉案税费。乐清市政府认为地税局向邹有松征收税费，与刘雷无利害关系，刘雷申请行政复议的主体不适格，因此不予受理行政复议申请。刘雷不服，起诉到法院，一审和二审法院均以同样的理由判决维持不予受理决定。

之后，刘雷又以不履行法定职责为由，将地税局起诉到法院，要求乐清市地税局将涉案税收缴款书上的纳税人名字由邹松有更改为他自己的名字。一审和二审法院认为，该争议实质上是刘雷对乐清市地税局确认涉案纳税主体有异议而发生的争议，属于《税收征收管理法》第八十八条规定的纳税争议，应适用行政复议前置程序，因刘雷未申请复议而直接提起诉讼，因此不予受理。

在刘雷的案子中，相关法院都采取了鸵鸟战术，对于涉及的税费转嫁承担条款的争议均未发表实质审查意见，态度捉摸不定。就这么一个简单的案子，前后经历了四次诉讼，这样的争议其实完全可以避免的。

案例二：台州紫怡金属工具有限公司诉台州市黄岩地方税务局城区税务分局案

本案争议的根源也在于拍卖公告中的税费转嫁承担条款，剧情略有曲折：一审判决台州紫怡金属工具有限公司胜诉，二审判决台州市黄岩地方税务局城区税务分局胜诉。现将案情提炼如下：

原告台州紫怡金属工具有限公司通过拍卖竞得台州市黄岩前迪车灯有限公司的厂房并缴纳了其本应承担的印花税和契税。而《拍卖规则》和拍卖成交确认书都明确：“一切税费均由买受人自行承担缴纳，与拍卖人无关”。后来原告将厂房转让时与受让人产生了纠纷，地税局向法院出具了情况说明，说原告未交清其应承担的相关税费。在涉及的民事诉讼中，原告败诉，所以起诉地税局，请求撤销地税局的《说明》。一审法院判决地税局败诉。二审法院查明，涉案厂房拍卖时的《拍卖规则》和拍卖成交确认书都明确“一切税费均由买受人自行承担缴纳，与拍卖人无关”，据此认为：“在交易环节中产生的、按照税法规定不论是出卖人还是买受人应当缴纳的税费，在办理过户时均应由买受人承担。”因此判决撤销一审判决，驳回台州紫怡金属工具有限公司的诉讼请求。

本案争议问题的关键在于，如何理解和认定涉案《说明》中“其应承担的相关税费”的表述：是根据税法确定的纳税义务还是根据相关拍卖约定理解此处的“应”？尽管本案的终审结果在口径上与拍卖公告保持了一致，但争议仍然没有彻底解决。为避免再出现类似争议，建议拍卖公告中不宜规定一切税费由买受人承担。目前，有不少地方已经意识到这个问题，例如，温州已经做了矫正，不允许再有此类规定；江苏高院也明确规定，人民法院不得在拍卖公告中规定一律由买受人承担。



**什么决定了艺术品的价格？**

艺术品市场里潮起潮落，最牵动人神经的，莫过于价格了。什么因素决定了艺术品的价格?其价格又是依据什么标准来制定的呢?其实，书画作品最基本的价值是其本身所具有的文化内涵。

书画作品最基本的价值是其本身所具有的文化内涵，包括艺术价值、历史价值和审美价值，并由其所体现的艺术传承、历史变迁和审美体验。这是艺术的本体价值，它是通过对艺术创作的研习、对自然美的发现、对艺术理念的钻研、对传统文化的汲取以及对表达语言的探索、对相关技艺的磨练而创造出来的。但是，书画作品往往还具有多种附加值，由于它是特殊的、非标准化的商品，所以很难用经济学原理上的“劳动价值论”来衡量其价格，更由于书画价值主要体现在虚幻的精神层面，而非材质的物质层面，因此也很难用成本加利润的方式来简单加以判定。

**学术和传播助推艺术品升值**

我在工作时经常会遇到书画名家前来咨询，希望能给自己的作品定价。分析起来，画家定价大致依据两点：一是自我评价，因为书画创作多为个体劳动，只有自己最了解投入的劳动量;二是比价类推，如同行、同事及同类水准作品在市场中的价格，但这一点往往使艺术家备受打击，因为在现实中很难实现“同工同酬”，以至很多人要么坚决不卖画，不与市场打交道，要么紧盯目标画家的画价，不肯降低，以免伤害自尊。

我见过很多画家，一张口就是“我的画某某万一平尺”，他的参照对象可能正是他的同学，更或者是他的学生。有很多画家很纳闷：为什么我的画还卖不过我学生?也有画家很生气，某某的画那么恶俗，怎么还有人买单?更有藏家们不解：某些画家的画“批量复制”，怎么还那么受欢迎?这些疑问，同样也是很多市场从业人员和收藏投资者不能理解的问题。不能理解的关键，是我们始终纠结于艺术的本体价值，而忽视了更为重要的“传播价值”。当下，在世画家的作品已日益成为一种与艺术审美本身无关的财富筹码，谁能积极配合市场、为市场提供优质服务，谁的作品就会成为市场中受人热捧的“硬通货”，随着市场占有面的扩充，价格的提升空间也就越大。

但是，价格的提升既不是想当然为之，也不是一蹴而就。就像目前书画价格已经很高的史国良、何家英等，他们很早就进入市场，当时也是从很低的价格一步步往上走，经历了播种、成长和扎根的过程。同时，他们也配合着市场进行宣传推介，并以足够的量来维护市场的周转。更为突出的一点是，他们很清楚如何服务于市场。所以，如果艺术家没有散落于市场各处的便宜筹码，一张口就是“某某万一平尺”，那无疑是空中楼阁。老师的画卖不过学生，诚然有市场认识偏差的原因，但如果你拒绝服务于市场，那市场自然也不会去理会你。至于“批量复制”，那应看作是精力旺盛、能力超强的艺术家满足市场的需求罢了。当然，如果看到当代画家的作品比已故大师齐白石还卖得高，也不必惊诧和怀疑，在某一瞬间所出现的奇特现象，终究是有它一定原因，但这毕竟是特殊情况，不代表市场的整体走向。

**创作、活动、交易共同作用**

已故画家的市场是一个总量恒定的市场，筹码锁定性好，价值认定清晰，从投资收益的角度来说，与整个宏观经济环境变化有很大关系，与文化艺术领域的政策、制度的制定与落实有关，同时也与作品本身的内在属性有关。总体而言，已故画家的市场体现出“物以稀为贵”的原则。在世画家的市场则是一个“以流通量为王”的市场，其存量不定，筹码锁定性低，价值认定模糊，受到学术价值、社会价值和市场价值的主导，形成不对称的三角形支撑面。在世画家市场是一个常被诟病的市场，在体制、学术和市场的不同语境中，被理解为不同程度的“价格的扭曲”。因此，与相对稳定的已故画家市场相比，在世画家市场是一个波澜起伏、变数不定的市场。

有很多画家很苦恼，究竟是一门心思画画好，还是全力做市场好?其实，这两者并不矛盾，关键是如何有效进行时间管理。一个人的力量是有限的，只有团队合作才是制胜的法宝。因此，艺术家首先要有一个懂得市场运作的经纪人，由他来帮忙打点市场，他的职业性和专业性会比艺术家自己接触市场强得多，如此也能为艺术家节约出时间成本。其次，专业的策划团队也是必不可少。策划团队是市场营销的重要力量，他们调查市场，整合资源，创新思维，通过精心安排的宣传和推广手段，对艺术家、艺术作品或艺术事件进行策划报道，其目的就是打造自己的核心竞争力。再次，艺术家需要对自身进行有效的时间管理。一方面需要创作，为市场提供足够的作品;另一方面，也需要参加各种活动，以提升自己的身份地位，这二者都对作品的市场价值认定有着重要作用，皆不可随意偏废。

因此，绘画创作、社会活动和市场交易是在传播条件下的三个不可分割的面，艺术家与艺术作品的成功，是市场对上述综合实力的检验。

**价值评判机制的三把尺子**

对于消费者而言，很多人可能看不懂在世画家作品的市场，不理解那些看似“批量生产”、很难用“美感”来评判的作品为何会连连成交，且价格不断攀升。于是，他们便采取了戒备心理，认为这些价格是“扭曲”的，是与艺术价值背道而驰的，是不能长久的。诚然，从表象来看，在世画家作品的市场表现似乎毫无章法可言。不过，在前文的分析中，我们渐渐明晰了在世画家作品价值实现的不同途径。从价值实现的不同背景来看，在世画家作品的价值评判机制有三种：学术价值、社会价值和市场价值。

所谓学术价值，是艺术家在学术领域的影响力和艺术理念传播力所赋予的价值;所谓社会价值，是艺术家在社会管理体制内的身份、职务和地位等赋予艺术品的符号价值;而市场价值，则是在艺术品市场交易过程中，艺术家服务于市场并满足市场需求而产生的价值。这三者相互依存，又相互独立，共同支撑了画家作品的最终价值。但从价值实现的市场表现来看，作为价值支撑的这三面又是不对称的。站在社会价值立场上的人，习惯于放大社会的价值;同样，站在学术价值立场的人，习惯于放大学术的价值。正是站在了不同的价值立场上，在不同的语境中，才看到了“扭曲的价格”。

因此，对于在世画家作品的价格表现，需要在市场条件下，在相关背景中去分析和考量，时时揣着这“三把尺子”，合理度量，对于艺术品市场、对于收藏者，都是一件好事。

**艺术品财富管理制度保障规则体系研究**

艺术品财物管理制度保障体系是指艺术品财富管理的规则体系，是由企业交易规则、行业自律规范、国家有关政策和国家法律法规等多层次规则构成的一个完整、内在统一的体系，同时也是一个动态的处于不断发展的体系。

**一、企业交易规则**

（一）企业交易规则的现状

（二）企业交易规则的内容

（三）企业交易规则存在的问题

**二、行业自律规范**

（一）艺术品基金行业自律规范

（二）艺术品信托行业自律规范

（三）艺术品保险行业自律规范

（四）艺术品拍卖行业自律规范

（五）艺术品质押行业自律规范

**三、国家相关政策**

（一）关于金融支持文化产业发展振兴和发展的指导意见

（二）关于保险业支持文化产业发展有关工作的通知

（三）关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定

（四）关于鼓励和引导民间资本进入文化领域的实施意见

（五）关于深入推进文化金融合作的意见

（六）国家艺术基金章程（试行）

（七）国务院关于进一步加强文物工作的指导意见

（八）关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见

（九）文化部“十三五”时期文化发展改革规划

（十）文化部“十三五”时期文化产业发展规划

**四、有关部门规章**

（一）艺术品经营管理方面的规范性文件

（二）艺术品税收方面的规范性文件

（三）艺术品银行和保险方面的规范性文件

（四）艺术品基金和信托方面的规范性文件

（五）文化产权交易方面的规范性文件

（六）艺术品拍卖和典当方面的规范性文件

**五、主要行政法规**

（一）关于清理整顿各类交易场所切实防范金融风险的决定

（二）国务院办公厅关于清理整顿各类交易场所的实施意见

（三）博物馆条例

（四）正在制定《处置非法集资条例》

**六、艺术品财富管理规则体系评析**



**司法鉴定中拍卖成交率偏低该怪谁？**

近年来司法鉴定业务量逐年增多，小编总结历年的司法鉴定工作，总能遇到司法机关和拍卖机构抱怨“评估值偏高”、“拍卖成交率偏低”等问题，接下来我们将几点常见原因进行分析总结。

**司法鉴定目的评估的价值定位**

1、从现行制度的规定分析

《最高人民法院关于人民法院民事执行中拍卖、变卖财产的规定》（法释［2004］16号）中多处将“评估价”与“市价”等同。

如第八条“拍卖保留价由人民法院参照评估价确定；未做评估的，参照市价确定。人民法院确定的保留价，第一次拍卖时，不得低于评估价或者市价的百分之八十”。

此处的“市价”，即市场价。2009年11月20日后开始施行的法释价，评估价仍为房地产市场价值。因此，执行拍卖前评估的价值类型从制度上看只能是“市场价值”。

2、从估价技术标准的定义分析

国家标准《房地产估价基本术语标准》（GB/T50899-2013）中定义了“市场价值”和“快速变现价值”。

拍卖是司法机关委托拍卖机构，拍卖机构按规定公开发布拍卖信息，拍卖机构还会进行适度的招商、宣传工作，以求成交价走高，最后的拍卖也是在公开市场进行，这个过程中买方是不确指的，买卖双方都是不受强迫的。由于拍卖本身就具有公开、公平竞争、有利于价格最大化等特点，故司法拍卖及其成交的过程符合市场价值所定义的交易环境。

《最高人民法院关于人民法院民事执行中拍卖、变卖财产的规定》“拍卖不动产的或其他财产权的，应当在拍卖十五日前公告”、“拍卖时无人竞买或竞买人的最高价低于保留价，到场的申请执行人或其他执行债权人不申请以该次拍卖所定的保留价抵债的，应当在六十日内再行拍卖”、“人民法院应当于第三次拍卖终结之日起七日内发出变卖公告。自公告之日起六十日内没有买受人愿意以第三次拍卖的保留价买卖该财产”，从以上规定可看出，从第一次拍卖到最后变卖，法律规定了充足的时间，这个时间足够使尽责的拍卖机构进行招商、宣传活动。也就是说，司法拍卖不是没有充足时间进行营销的交易行为。

综上，司法拍卖前的评估价值从估价技术标准上看也应是“市场价值”。

**评估价高导致司法拍卖成交率低、执行难、结案率低**

这个问题是司法机关在执行环节中反映较多的问题。当多次拍卖不成交时，一是影响拍卖机构的佣金收人，二是影响司法机关的结案率。在分析原因时，拍卖机构大多会提出是评估价过高，市场难以接受，所以导致流拍。事实真是如此吗？实际影响成交率的主要因素如下：

1、标的物是否可以顺利移交

标的物的权利和实体是否可以顺利移交，是影响能否成交的第一要素？

以住宅为例，若现居住人拒不腾空，如果司法机关在拍卖时也不负责清退，只是在拍卖时告知瑕疵。

试问正常买家谁会想买这样的房子？此类原因造成的流拍与评估价没有关系。

2、标的物总价值量的大小

一般来说，标的物价值越大，买受所需资金越多，越不容易找到买家，变现能力越弱。但变现能力弱不等于标的物客观存在的市场价值就应该低。尤其是价值量较大的工业厂房、大型商场等，不是标的物不值钱，而是缺乏有效的市场需求，即所谓“有价无市”。

3、拍卖是否进行了有效推广宣传

拍卖机构在拍卖过程中为了控制己方成本，是否尽责的做好了广告与招商，将是拍卖成功的关键。

4、是否有附加交易条件

一是税费转嫁。现实司法拍卖中，经常会规定由买方承担所有交易税费，这种税费转嫁无形中提高了买方的负担，使拍卖途径交易的买受成本高于普通交易的成本。

二是付款方式。司法拍卖规定成交时买方需一次性付清全款，不能分期贷款，这直接造成了有效需求的锐减。

5、拍卖保留价是否合理

一些司法机关在确定保留价时通常采用固定比率，一般没有考虑标的物的变现能力的强弱，这种“一刀切”也直接造成了变现能力较弱的标的物成交率偏低。

6、其他因素

如标的物能否正常使用供电、供水、道路等基础配套设施；标的物是一幢建筑物中的局部时，公共部位和设施的范围及使用权利是否明确；标的物是否存在因长期租赁关系，而租赁人已支付了长期租金给产权人；有的利害关系人可能会串通竞买人或威胁正常竞买人，造成恶意流拍。当这些不利因素存在时，也必然影响成交率。

**司法拍卖标的物“市场”的特殊性**

1、交易对象的特殊性

司法拍卖的标的物均为有过官司，在中国人传统观念里都有所避讳，认为这是瑕疵。

2、交易情况的特殊性

主要体现在司法拍卖时需要竞买人一次付性清全款，不能分期贷款，拍卖时对此也没有适当的优惠措施。

拍卖保留价的确定

根据现行法律规定，保留价由人民法院参照评估价确定，第一次确定的保留价不得低于评估价或市价的80%。通常为了避免损害被执行人利益的嫌疑，往往保留价可能都高于最低限80%。如何根据标的物变现能力的强弱、科学地确定拍卖保留价，也将是司法人员的新课题。

以上所述，关于造成拍卖成交率普遍性偏低的原因绝非评估机构“评估值偏高”如此简单，在以后的工作中对于加强执行力度，查明瑕疵，尽可能扫除拍卖障碍；加大拍卖标的物的宣传力度；探索建立司法拍卖房产银行按揭贷款机制等等方面还有许多工作要探索完善。做为评估服务机构希望与人民法院加强沟通、理解与互信，使司法鉴定业务得到长远健康发展。

本文由中估联行成员机构武汉国佳 赵安 原创



**拍卖公司不能证明返还标的系原物被判败诉**

梁某起诉称：其与中嘉拍卖公司签订了编号为E29的委托拍卖合同书一份，约定梁某向拍卖公司交付“大清乾隆年制”茶叶末釉葫芦瓶一个，保留价为150万元，由中嘉拍卖公司进行拍卖。后来梁某得知，因拍卖公司内部纠纷造成其委托拍卖的物品丢失。故诉至法院，要求中嘉拍卖公司赔偿拍卖标的损失150万元。

中嘉拍卖公司答辩称：认可与梁某之间签订的委托拍卖合同书，未组织拍卖系因股东内部纠纷所致，拍卖公司接收的拍卖标的（包含诉争拍卖标的）被公司原实际控制人董某取走，为此拍卖公司向法院提起公司决议侵害股东权纠纷，要求董某返还。后在诉讼过程中，董某向拍卖公司返还了大部分的拍卖标的（包含诉争拍卖标的）。现诉争拍卖标的已交接取回在拍卖公司处保管，并未丢失，故拍卖公司不同意梁某的诉讼请求，但同意返还拍卖标的，梁某要求按保留价赔偿拍卖标的损失没有依据，保留价系梁某确定，实际诉争拍卖标的价值远远低于保留价。

庭审中，梁某对中嘉拍卖公司所称交接取回的拍卖标的存在异议，不同意接受，并称中嘉拍卖公司处的拍卖标的除外表、尺寸与梁某交付的拍卖标的相似外，色釉颜色偏新，瓶口露胎不明显、底足偏新泛白、底款不规整、且“大清”的“清”字少笔画。

一审法院认定：原被告签订的委托拍卖合同书，系各方真实意思表示，且不违反法律、行政法规强制性规定，各方均应依约履行相应的权利义务。梁某向拍卖公司交付了拍卖标的，但拍卖公司始终未依约组织拍卖，对此拍卖公司应承担相应的违约责任。现梁某对拍卖公司处保管的拍卖标的不予认可，而拍卖公司亦认可因股东纠纷，诉争拍卖标的曾脱离其保管，现亦未能提供证据证明其交接取回的拍卖标的系梁某给付的拍卖标的，故拍卖公司作为专业的拍卖人，对此应承担举证不能的不利后果，赔偿梁某拍卖标的损失。对于拍卖标的的损失，因双方在委托拍卖合同中明确约定了保留价为150万元，故梁某主张拍卖公司赔偿损失150万元，并无不妥，该院予以支持。对于拍卖公司称保留价系梁某所定，诉争拍卖标的价值远低于保留价的答辩意见，拍卖公司作为拍卖公司，对于拍卖风险等应当具有专业性判断，如认为保留价格明显不合理，可以不予接受，故对其上述答辩，该院不予采信。判决：北京中嘉国际拍卖有限公司赔偿梁某损失一百五十万元。

中嘉拍卖公司不服一审判决，提起上诉，主要理由是：中嘉拍卖公司在一审庭审期间提交了梁某的拍品，拍品返还后梁某即不存在所谓的经济损失，一审法院仍认定梁某存在经济损失，认定事实不清。在一审庭审中，中嘉拍卖公司已经找回梁某的拍品，中嘉拍卖公司可以返还该拍品，亦可以继续履行合同，该证据证明梁某现在不存在任何经济损失，梁某也就无权要求中嘉拍卖公司赔偿其损失。中嘉拍卖公司向一审法院提交的拍卖标的即为梁某给付中嘉拍卖公司委托拍卖的原物。梁某仅对拍卖品提出异议，并未提供其他证据予以证明。在中嘉拍卖公司已经提供拍卖标的物原物的情况下，已经尽到了相应的举证责任，由于梁某是拍卖标的物所有权人，其应当具有拍卖标的物的相关资料，如其认为中嘉拍卖公司返还的拍卖标的不是其委托的拍卖品，其应当提供相应证据予以证明二者不是同一物品。如果其未提交，应当承担举证不能的责任，而不是中嘉拍卖公司承担举证责任。梁某的标的拍品尚未经过法定鉴定机构对其真实价格进行鉴定，一审法院直接判决将拍品的保留价格150万元作为梁红军的损失不符合客观事实，一审法院认定事实错误。

二审法院经审理查明：中嘉拍卖公司为支持其主张向一审法院提交的涉案拍卖标的照片上显示，在拍卖物品上有公司单方标注“E29独”的标签，物品外包装盒上亦有该标签。本院庭审中，中嘉拍卖公司表示通过标签辨别该物品就是梁某委托拍卖的物品。对于保留价，中嘉拍卖公司庭审中表示，本案的150万元价格是之前中嘉拍卖公司的人商议的，具体不太清楚，现在拍卖的保留价的确定通常是公司在接受委托前，公司会先进行估价。

二审法院认为：中嘉拍卖公司与梁某签订的委托拍卖合同书合法有效。当事人应当按照约定全面履行自己的义务。实际履行中，梁某依约向中嘉拍卖公司交付拍卖标的物后，中嘉拍卖公司未能依约履行拍卖义务。现梁某起诉要求中嘉拍卖公司赔偿损失，而中嘉拍卖公司认为其可以向梁某返还原物。诉讼中，双方就中嘉拍卖公司提供的物品是否为梁某交付的拍卖标的产生了争议。本院对举证责任一节认为，拍卖人对委托人交付拍卖的物品负有保管义务，对合同是否履行发生争议的，由负有履行义务的当事人承担举证责任。根据已查明的事实，拍卖标的物由梁红军交至中嘉拍卖公司处时，双方均无异议，而中嘉拍卖公司于诉讼中向梁某返还拍卖标的物，亦应取得梁某的认可，或者举证证明其能够返还的就是梁某交付的标的物。一审法院确定由中嘉拍卖公司承担举证责任，并无不当。从目前中嘉拍卖公司提供的照片证据分析，其取回的物品上仅有公司单方标注“E29独”的标签，物品外包装盒上亦有该标签，表明了该公司收货时的手续。可以看出，作为专业拍卖人，中嘉拍卖公司在验收及封存拍卖标的物品环节存在较大瑕疵，为日后物品的返还埋下隐患，从而使公司在正常从事拍卖活动过程中面临不必要的风险。由于中嘉拍卖公司未能提供证据证明其交接取回的拍卖标的物品系梁某给付的拍卖标的物，故应承担举证不能的不利后果，赔偿梁某的损失。就损失数额的确定一节，双方在委托拍卖合同中明确约定了保留价为150万元，而在拍卖活动中，科学、合理、公平地制定拍卖保留价是拍卖活动的重要环节，中嘉拍卖公司作为拍卖人有义务遵守，且中嘉拍卖公司在庭审中认可拍卖的保留价通常应当经过拍卖人与委托人共同商议，因此本院认定本案的保留价是经双方一致确定的价格，一审法院以拍卖保留价作为中嘉拍卖公司赔偿损失的依据，亦无不当。

判决驳回上诉，维持原判。（文/刘双舟）

**拍卖无海关完税凭证回流文物纠纷典型案例**

原告曹某诉称：被告拍卖公司在上海展览中心举办秋季艺术品拍卖会，明确本次拍卖会为文物专场拍卖会，其中部分拍品为日本回流文物，而且能够提供海关进口完税凭证，并已获得文物部门许可，因此原告应邀参加，并以276号竞买牌号举牌并成功竞买了唐邢窑高足舍利塔式罐。原被告签订的成交确认书共同确认上述拍品成交价为18，000元，佣金标准为成交价的15%，后双方协商一致变更为12%。随后，原告于向被告支付了竞买价款及佣金。然而被告并未依约、依法向原告提供上述拍品的海关进口完税凭证，拍品涉嫌走私，属于禁止买卖的物品。为此，诉至法院，请求法院判令拍卖成交确认书无效，返还竞买价款。

被告拍卖公司辩称，根据《文物拍卖管理暂行规定》第十四条的要求，在境外征集的文物拍卖标的携运入境时，才需向海关申报，不是在境外征集的则不需要申报；本案所涉拍品，的确在台湾历史博物馆参展过，但之后委托人是在境内将拍品交给我们拍卖，所以无需再进行申报。

法院经审理查明，被告拍卖公司在上海展览中心举办“秋季大型艺术品拍卖会”，被告向原告提供拍卖图录一本，对1367号拍品的描述为唐邢窑高足舍利塔式罐，为台湾历史博物馆参展品。后原告以276号竞买牌号举牌并成功竞买了上述拍品。双方签订成交确认书，原告向被告支付了上述拍品的竞买价款及佣金。之后，原告委托律师发函给被告，称被告在收到本函后立即将日本回流文物相关事项告知原告：经依法鉴定、许可的文书；海关报送文件。另查明，上海市文物局以沪文物许可准字（2014）0262号批复审核同意被告举办涉诉拍卖会。

法院认为，当事人对自己提出的诉讼请求所依据的事实有责任提供证据加以证明。原告称涉案拍品涉嫌走私，属于禁止买卖的物品，故要求确认成交确认书无效，然而原告对于上述说法没有提供足够证据佐证。原告仅凭图录介绍是船木家藏以及曾经到台湾历史博物馆参展过就认定涉案拍品涉嫌走私，证据不足。被告称涉案拍品均在国内征集，虽为回流文物却早已进入国内，按照《文物拍卖管理暂行规定》的要求，只有在境外征集的文物拍卖标的携运入境时，文物拍卖企业才应向海关申报，故被告没有报关义务。被告提供了委托人委托拍卖合同书，证明涉案拍品均在国内征集，原告对上述证据不认可，但原告亦无相反证据予以反驳，更未能证明涉案拍品直接从境外征集，未经报关依法属于不得拍卖的情形。相反，被告向上海市文物局进行了拍卖会的审核申报，涉案拍品已得到文物主管部门同意许可，故原告的诉讼请求，本院难以支持。

判决原告全部诉讼请求，不予支持。（文/刘双舟）



**国际拍卖巨头为何折戟中国市场**

**导言**

近日，北京商报记者从上海市商务委官网查询获悉，位于上海自贸区的佳士得拍卖（外高桥）目前处于“申请停业”状态，意味着其拍卖资质被叫停。这也是继苏富比（北京）暂停拍卖之后的又一事件，再度引发业界对拍卖巨头在中国市场发展境况的思考，以及对保税拍卖前景的关注。

**拍卖资质被叫停**

**自贸区优势去哪了**

2013年成立的佳士得拍卖（外高桥），因为设于上海自贸区内，曾经被认为身具进出口、关税政策等一系列优势，然而时隔四年之后，拍卖资质却被暂停。

北京商报记者第一时间联系到佳士得公关部相关负责人，对方答复称，“佳士得拍卖（外高桥）是2013年在上海自贸区内注册的具有拍卖资质的公司，因未开展具体拍卖业务，其拍卖资质暂停”。

实际上，佳士得在中国的业务并不只此一家。佳士得中国区主席蔡金青在接受北京商报记者采访时表示，佳士得拍卖（上海）目前是佳士得在中国内地境内开展具体拍卖业务的实体。拍卖业务自2013年上海首拍以来营运良好，亦符合上海商务委及各级政府的要求，并顺利通过2016年度的监督核查。

对于佳士得此次关闭自贸区拍卖业务的举动，北京拍卖行业协会会长、北京华辰拍卖董事长甘学军表示，“其实，佳士得近年来很努力地拓展市场，无论是人员配备还是其他方面投入都很大，在品牌拓展上具有一定意义，但与预期还是有所距离。此次应该只是一个暂时性的决定，也是一个无奈之举，毕竟商业机构需要实现一定的效益，从这个角度来看这个决定也是明智的”。

**“水土不服”**

**拍卖巨头接连受挫**

据今年3月发布的《2016年度艺术市场报告》显示，2016年中国纯艺术拍卖总额47.92亿美元，以38%的市场份额跃居全球第一。对于苏富比、佳士得这样的拍卖巨头来说，自然不能忽视中国这一庞大的市场。在香港牢牢站稳之后，他们热情最为高涨的就是迅速抢滩内地市场。

2012年，苏富比（北京）以合资经营的形式进驻中国市场，在北京天竺保税区开展拍卖业务。一年之后， 以永乐拍卖“投石问路”的佳士得，最终在2013年成为首家在中国获得拍卖执照，且独立开展拍卖业务的国际艺术品拍卖公司。终于，两大拍卖巨头以各自的形式撬开了中国内地市场的大门。

然而，抢滩内地市场之后并没有迎来想象中的美好，“不能拍卖文物”的规定就像是一个紧箍咒牢牢压制着这两个拍卖巨头的市场潜力。从业绩上来看，苏富比（北京）2013年秋拍以2.27亿元成交，但2015年秋拍只成交1650万元，业绩缩水明显，随后拍卖业务暂停。佳士得（上海）2013年秋拍总成交1.6亿元，2015年、2016年秋拍总成交额为分别 6906万元、7145万元，业绩也出现下滑。

在这样的市场条件下，国内拍卖行几乎都无一例外地降低佣金招徕买家，15%的佣金线早已突破，对于大客户甚至还有更低的折扣。佳士得（上海）2016年却将佣金由阶梯型收费调整至20%。在业内人士看来，佳士得逆市提升佣金的方式，也是极大的品牌自信和冒险精神。

从佳士得近日发布的2017年上半年报来看，艺术品成交总额达到30亿美元，较2016年同期增长29%，平均成交比率上升至81%。但在中国市场，两大拍卖巨头的光环不再，究竟是水土不服，还是中国市场壁垒太高？甘学军表示，一方面是具体的业务策略拓展不利，另一方面是对中国市场环境的不适应，法律、条例等方面的限制，影响市场空间的拓展能力。“这对于中国艺术品市场不是一个好的信号，证明中国走向国际化的道路、成为国际艺术品一流交易中心还很漫长，市场条件不成熟，脆弱、幼稚，拍卖巨头也难施拳脚。目前国内拍卖机构在国际市场上也处于劣势，方式、方法有很大的短板。艺术品拍卖市场应该国际化，而不是自我封闭，限制和制约只能弱化市场能量”。甘学军说。

**保税拍卖看上去很美**

**内地市场还需培育**

苏富比、佳士得两大拍卖巨头在中国的市场拓展之路可谓坎坷。欧阳树英表示，“在高价位、古董类文物不能拍卖的情况下，短时间内苏富比、佳士得的业绩不会有太大的改观。尤其是在经济增速放缓的形势下，市场遭遇持续调整，很多中低价位的拍品成交量下降明显，能够保持比较稳健的发展就已经不错了”。

苏富比、佳士得进驻中国之时，很多内地拍卖行都在惊呼“狼来了”，苏富比（北京）停拍之时，又有人幸灾乐祸。对此甘学军表示，“国内的从业者不要把拍卖巨头的退出认为是挤掉竞争对手，更不要因此而得意，应该作为警戒和反思，使国内艺术品市场的立法、政策、运营模式、行政管理等方面继续完善”。

苏富比、佳士得在进入中国市场后似乎都享有保税区、自贸区的政策红利，但由于多重因素影响，依然业绩下滑，甚至无奈选择停拍。中国拍卖市场的保税模式仍然处于看上去很美的阶段。

在采访中，业界专家普遍认为，国内的保税拍卖模式依然处于摸索之中，难以在短期内改变或帮助拍卖行业走出困境。

从长远发展来看，税收高企的问题已经成为困扰行业发展的重大瓶颈。在甘学军看来，“国内提出的保税区及相关保税政策、服务、办法等，虽然初衷和意义都是为企业减负，却很难在具体操作中实现落地，操作很难，这应该也是一个过渡时期，从国际经验来看，这也是一个必经之路。国内的艺术品市场发展需要借鉴代表国际先进的操作模式，从而使市场快速发展”。

中国拍卖行业协会副秘书长欧阳树英也表示，“不管是自贸区还是保税区在设立初期都是令人欢欣鼓舞的，业界也有很多期待。但经过几年的发展，保税监管的区域依然很有限，如果实现交割，依然还是要缴纳高昂的税收。这一模式给行业带来了一些政策调整的局部经验，但并未从根本上解决税收的困境”。

对于海外拍企的处境和发展，欧阳树英建议，“目前主要是市场培育的过程，也是品牌营销的过程，不能在乎一时一地的得失，可以在艺术教育、艺术推广方面做更多尝试，积极将西方艺术引入中国。”



**中国拍卖师美国拍卖台再展风采**

美国时间7月11日，第68届美国国际拍卖年会及展会在俄亥俄州州府哥伦布市盛大开幕。中国拍卖行业协会组团参加本次年会。在年会中的公益慈善拍卖会上，华友拍卖董事长，中国第001号注册拍卖师林朝晖带来一幅传统广绣作品《硕果》捐给美国拍卖行业协会并亲自执槌，她精彩大气的主持引起台下热烈响应，展现了我国拍师优秀风采。所得善款将捐献给国际拍卖师培训项目。

中国拍卖行业协会应美国拍卖行业协会邀请，组团参加本次年会。代表团成员、拍卖师林朝晖女士时隔22年后再次访美并先期抵达，作为唯一的中国企业代表参加为期一周的BAS国际慈善拍卖认证课程《Benefit Auctioneer specialist(BAS) Designation》学习。

美国是当今世界公益慈善事业最发达的国家。政府对公益慈善事业的依法管理、监督与支持成为了促进和保障了美国公益慈善事业不断发展的决定性因素。统计数据表明，美国2/3的民间组织从事公益慈善事业，从事公益事业人数占总就业人数10%。公益慈善拍卖已成为美国一种重要的社交方式。而美国公益慈善拍卖的主角通常是那些专业经验丰富、举止端正庄重、轻松驾驭一场快节奏拍卖会、必须参与慈善拍卖策划的拍卖师。

美国当地时间7月11日，2017美国国际拍卖年会及展会在俄亥俄州州府哥伦布市盛大开幕。美国拍卖年会历史悠久，自美国拍卖行业协会1949年成立至今已来到第68届。今年年会的主题是REACHING NEW HEIGHTS（达到新的高度），共有来自美国、中国、加拿大、墨西哥、爱尔兰、南非、尼日利亚等国拍卖同行在为期五天的年会上观摩互联网拍卖等多个专题研讨会、美协会换届选举、公益慈善拍卖会、国际拍卖师大赛、儿童拍卖会、国际交流对接会、供应商展会等丰富多彩的活动，俨然是一场拍卖“嘉年华”。

年会当中一个重要的主题就是历届年会的保留节目——公益慈善拍卖会。拍卖会场像节日一般集中展示摆放着众多拍卖同行捐赠的各式拍品，来宾争相竞价、奉献爱心，所有成交款都将捐给美国拍卖行业协会创立的公益项目基金。

中国第001号注册拍卖师林朝晖特地带了一幅传统广绣作品《硕果》捐给美国拍卖行业协会并亲自执槌。她精彩大气的主持技巧引起热烈反应，美国拍卖同行频频举牌，台下助拍呼声此起彼伏，最后溢价成交，所得善款捐献给国际拍卖师培训项目。

这次主持拍卖系林朝晖继1996年首次访美并主槌农产品拍卖会、首开中国拍卖师赴美执槌之先河后再次在国际拍卖舞台展现中国第一代拍卖师的风采。她同时向世界展示了光辉灿烂的中华传统文化艺术。公益无国界，拍卖师林朝晖与美国同行交流切磋拍卖主持技巧，同台绽放风采，获得来自世界各国同行的赞赏。

美国主流社交网络Facebook（脸书）也在第一时间以醒目的标题“来自中国001号拍卖师的公益慈善拍卖”对林朝晖的公益拍卖主持进行了报道。

中国拍卖代表团访美行程下一站还将前往纽约，考察纽约艺术品拍卖市场，拜访国际专业拍卖公司、慈善组织并观摩纽约慈善拍卖活动。



**“中拍平台网拍系统+中国拍卖行业服务体系”**

**----更加人性化的网络拍卖**

根据《最高人民法院关于人民法院网络司法拍卖若干问题的规定》（法释〔2016〕18号）出台以后，各地法院纷纷开始实施执行，但是出现了不少的问题。最近就司法网络拍卖的问题我谈谈自己的看法和意见。

就专业角度讲，房地产拍卖标的有着某些特殊性，处置时需要采用一些传统拍卖上的拍卖方式。但是网络拍卖过程中“淘宝”、“京东”是做不到的，例如：1、某法院在拍卖一个综合性标的时，为了顺利处置标的，根据标的具体情况安排，可能会先整体后分拆。传统拍卖整体拍卖时间和分拆拍卖时间可以安排在一天，整体拍卖未成交的立即就可以进行分拆拍卖了。更有效的节约了资产处置时间。然而“京东”的系统就无法实行，系统认定的分拆拍卖是一次新的拍卖，需要重新组织。这样对于法院处置工作带来了不便。根据《拍卖法》本次拍卖活动先整体后分拆应该是一个完整拍卖程序，不应该一分为二的进行。

2、某法院在“淘宝”上同时段拍卖某市6套房产，因为该房产处于新规划的“战略”位置（类似“雄安新区”）导致房价急涨，加之起拍价在评估价的基础上打了7折，价格优势明显，因此吸引了不少竞买人，每套到达40人以上。我一位朋友亲身经历了该次拍卖，看中1套交了10万保证金，取得了竞买资格。因为起拍价低，价格迅速攀升。当出价后，突然该标的撤回，朋友一头雾水，不知什么情况，连忙给淘宝联系，工作人员说具体情况不知道，需要问法院。而法院的电话一直繁忙，无人接听。1小时后终于接听了，当问及为什么取消时，法院同志的解释是：“该标的拍卖的金额超过了执行价格而取消”。当问及为什么取消这套不取别的时：回答是“随意取的，没有固定哪套。你要买就买，可以去买别的几套，我不认识你们任何人，我是随意取消的，你不要在这里说了要买赶紧去交保证金买别的几套”。朋友于是又赶紧去拍没有撤回的房产。然而，此时价格已经超过了市场价，没办法继续参与吧。然而，过了2小时后，又出现了同样的问题，陆续又有几套撤回。随着被撤回的房产越来越多，最后仅留下了1套，最终成交价格高出市场价25%。估计买的的人会后悔不少。从某种角度来说，法院工作人员的认识是正确的，保证了被执行人权利，让被执行人的资产不被任意处置。但是，从公平、公正的角度来说，法院的处理是不当的，保证了被执行人的利益，而竞买人的利益就可以被随意践踏吗？为什么不能再拍卖前把工作做细致呢。可以先拍卖1套，成交以后再进行下1套的拍卖。达到了执行价格，后面的就可以不用拍卖了。

3、由有些通过外包业务聘请了一些非专业的网络公司进行辅助工作，工作人员在上传资料时随意改动法院给的保留价、加价幅度，形成了非专业人士做专业的工作，状况频频，问题颇多。

在采用网络拍卖时，“中拍平台网拍系统+中国拍卖行业服务体系公司”更能为委托方和当事人、竞买人进行更专业、更规范、更人性化的服务。受某法院委托某拍卖公司，对四川省新津县“江山多娇”房产进行拍卖。接到委托后公司工作人员迅速开展了相关工作，在查勘标的现场时，发现该房产有人在使用，但法院并不知情。经过多方努力，终于与房产使用人取得联系并告知了拍卖相关事宜并向物管了解了标的的欠费情况。公司汇总整理了相关问题向承办法官汇报了拍卖标的的具体情况，并将房产使用人的联系方式提供给法官，法官与房产使用人取得了联系，进行了有效的沟通。公司通过多次组织竞买人看标的，接受咨询，共有5位意向竞买人向法院交纳了竞买保证金，办理了报名手续。工作人员为竞买人一对一的服务，指导竞买人如何进行网络竞买等相关工作。为防止竞买人之间恶意串通，采用“中拍平台网拍系统”网络与现场拍卖的方式。

2017年6月23日10时，5位竞买人通过登录账号进入“中拍司法网络拍卖平台”，拍卖师宣读了拍卖规则后开始竞价程序，标的起拍价48万元，加价幅度2000元。网络3号竞买人最先出价，紧接着网络1号、2号、6号都参与到了激烈的竞价中，当价格攀升到49.40 万元时，我公司工作人员发现网络8号出价550万元，因为这个异常出价，拍卖师断定可能是竞买人输入错误于是果断决定暂停竞价，工作人员立刻与网络8号竞买人联系，原来竞买人想出价55万元，结果输成了550万元。（在与网络8号竞买人确认时，工作人员进行了录音取证工作）。在确认对方的出价是输入错误后，拍卖师取消了550万的价格，竞价继续进行。经过30轮的竞价，最终网络8号以69.80万元竞得该标的，溢价率达到45.42%。

通过本次拍卖，我们认为“中拍平台网拍系统+中国拍卖行业服务体系”，更能为委托方、当事人、竞买人排忧解难，更有效的提高了促进了标的成交，更人性化的解决了一些“淘宝”、“京东”不能解决的问题。特别是现在“淘宝”、“京东”不能对一些网络竞买人一对一的服务。只能通过电话咨询报名，对于不熟悉网络的竞买人，一旦出现价格输入错误时，只能自认倒霉，最终形成悔拍，造成经济上的损失（保证金不予退还），而想买的人望而止步（异常价格太高）。而因为竞买人输入错误而悔拍的行为，法院组织重新再次拍卖也增加了法官的工作量。

我们作为拍卖专业团队，用专业网拍平台为委托方、当事人、竞买人提供更专业的“线上+线下”一体化服务，提高竞买人的用户体验，让司法网络拍卖实现服务的无缝对接、规范运行，为司法网络拍卖服务，为解决执行难助力。网络司法拍卖有着便捷、公开、透明等诸多优势，但竞买人线上竞买后，线下服务的配套设施没有同步跟进。真正实现线上报名参加有人指导、线下咨询办理有人服务，让群众更好地参与其中是引入司法网拍平台的一大初衷。再者，让法官“减负”是另一初衷，在网络司法拍卖过程中，法院获得了拍卖人的新身份，然而组织、实施拍卖活动并不是法院专长。专业服务机构，最终可达到惠及大众，实现多方共赢的效果。（文/周平）